

Характеристика ритейлинговой недвижимости в границах «красного квадрата» города хабаровска

Selivanov, Kirill

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Selivanov, K. (2015). Характеристика ритейлинговой недвижимости в границах «красного квадрата» города хабаровска. *Koncept (Kirov): Scientific and Methodological e-magazine*. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-442649>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Селиванов Кирилл Александрович,
директор ООО «Бизнес аудит оценка», г. Хабаровск
kirill-hab@yandex.ru

Характеристика ритейлинговой недвижимости в границах «красного квадрата» города Хабаровска

Аннотация. В данной статье рассматривается классификация Торговой недвижимости, проводится аналитический обзор Торговой недвижимости в границах наиболее инвестиционно-привлекательной зоны города Хабаровска.

Ключевые слова: торговая недвижимость, классификация торговой недвижимости, анализ.

Торговая недвижимость одна из отраслей, формирующих экономику города, состояние и эффективность функционирования которой непосредственно влияют как на уровень жизни населения, так и на развитие производства потребительских товаров.

В России отсутствует единая классификация объектов ритейлинговой недвижимости, однако среди наиболее популярных можно выделить следующие:

1. Типология Торговой недвижимости главного аналитика Российской Гильдии риэлторов Г.М. Стерника (типовые характеристики Торговых центров Европы) [1].

В рамках которой производится деление Торговой недвижимости на десять типов, исходя из девяти признаков, отражающих размер объекта, специализацию на определенной товарной группе, ориентацию на определенных потребителей, предлагаемый перечень сопутствующих услуг, сложившуюся инфраструктуру объекта, расположение, конструктивное решение, паркинг, управление зданием.

2. Классификация, разработанная Urban Land Institute (США).

В данной классификации представлены семь видов Торговых центров: Микрорайонный Торговый центр (Convenience center), Районный Торговый центр (Neighborhood center), Окружной Торговый центр (Community center), Суперокружной Торговый центр (Super community center), Региональный Торговый центр (Regional center), Суперрегиональный Торговый центр (Super regional center), Специализированные Торговые центры (Specialty centers), исходя из четырех основных факторов (величина Торговых площадей, состав арендаторов, зона охвата Торгового центра, специфика продаваемых товаров) [2].

3. Классификация международного совета Торговых центров International Council of Shopping Centres.

Европейский международный стандарт присваивает каждому Торговому центру один из восьми классов: «Магазин по соседству» (Neighborhood Centers), «Районный» (Community Centers), «Центр моды» (Lifestyle Center), «Пауэр-центр» (Power Centers), «Региональный» (Regional Centers) и «Суперрегиональный» (Super-Regional), «Магазин производителя» (Outlet Centers), «Специализированный» (Theme/Festival Center) [3].

4. Классификация Торговых центров, разработанная Российским Советом Торговых Центров (РСТЦ) [4].

Довольно развернутая классификация, включающая в себя четыре основных анализируемых параметра (привлекательность для арендаторов, технологические параметры, привлекательность для инвесторов, соответствие оценки качества объекта ожиданиям посетителей) для определения одного из двух типов Торговых центров: «Объект соответствует высоким стандартам», «Объект отвечает высоким требованиям».

На сегодняшний день нет единого мнения о применении на территории России какой-либо конкретной классификации рынка Торговой недвижимости. Приведенные классификации не всегда способны отразить фактическую ситуацию, складывающуюся на рынке Торговой недвижимости не только в региональных

населенных пунктах, но и в крупных городах. Классификации повторяют друг друга и, зачастую, направлены на расширение признаков и факторов, отвечающих за отнесение объекта недвижимости к тому или иному классу. Рассматривая рынок недвижимости различных по масштабу городов России, можно отметить, некоторые факторы, которые требуется учитывать в рамках имеющихся классификаций, либо отсутствуют, либо не оказывают значительного влияния на формирование стоимости. Также важным моментом является тот факт, что представленные классификации невозможно адаптировать к применению в периферийных районах страны, поскольку, в большинстве своем, Торговая недвижимость представлена здесь небольшими магазинчиками, расположенными на первых этажах зданий жилого фонда.

В этом отношении следует отметить классификацию, разработанную на основе экспертного метода в г. Новосибирск. В рамках данной классификации Торговая недвижимость подразделяется на классы: А, В, С, Д. Каждому классу присваивается определенный балл, исходя из пятибалльной системы, по мере снижения привлекательности объекта: класс А – 5 баллов, класс Д – 2 балла. Отнесение объектов к определенному классу осуществляется на основе интервальной оценки. Суммируя баллы факторов, мы получаем некий общий балл объекта, который лежит в том или ином интервале, определяя класс объекта [5].

Таблица 1

Классификация Торговой недвижимости

№ п/п	Характеристика	Классы					
		А		В		С	
1	Местоположение, транспортная доступность	на главных площадях и магистралях, вблизи ост. общественного транспорта, с удобным подъездом и подходом	5	на транспортных артериях, вблизи ост. общественного транспорта, с удобным подъездом и подходом	4	на улицах и площадях, с не совсем удобным подъездом	3
2	Качество отделки	новое строительство; высококачественная отделка	5	недавний срок постройки, улучшенная отделка	4	срок эксплуатации более 20 лет, устаревшее или реконструированное здание иного назначения, простая отделка	3
3	Состояние	в отличном состоянии	5	в отличном или хорошем состоянии	4	в хорошем или удовлетворительном состоянии	3
4	Парковка	подземная парковка или многоуровневая наземная парковка с крытым переходом в здание	5	наземная парковка с достаточным количеством мест и удобным подъездом к территории	4	недостаточное количество мест на неохраемой наземной автопарковке	3
5	Наличие концепции здания	единственный собственник здания, наличие «якорных арендаторов», наличие концепции позиционирования	5	несколько крупных собственников здания, наличие «якорных арендаторов»	4	несколько мелких собственников здания, наличие арендаторов разного качества	3
Интервал класса		20-25		16-19		12-15	
						8-12	

В рамках данной статьи была проанализирована Торговая недвижимость г. Хабаровска. Наибольшей привлекательностью для размещения объектов

коммерческой (в том числе и Торговой) недвижимости является культурная, историческая и административная часть города, район так называемого «Красного квадрата» (в границах улиц Ленина-Ленинградская-Серышева-набережная реки Амур).

В ходе анализа по состоянию на март 2015 г. в границах «красного квадрата» было выявлено 936 объектов ритейлинговой недвижимости.

Градация производилась по типу здания и особенностям его объемно-планировочного решения (встроенно-пристроенные помещения, отдельно стоящие здания, Торговые комплексы), а также масштабу.

Таблица 2

Распределение Торговых площадей

Тип здания / Площадь, кв.м.	до 100	100-500	более 500	Итого
Встроенно-пристроенные функциональные помещения в жилые дома	749	39	17	805
Встроенно-пристроенные функциональные помещения в административные здания	73	20	5	98
Отдельно-стоящие здания		25		25
Торговые центры		8		8

В большинстве своем ритейлинговая недвижимость инвестиционно-привлекательной части г. Хабаровска представлена небольшими функциональными помещениями, расположенными на первых и цокольных этажах жилых домов (80%), как правило, это Торговая недвижимость С и D класса. Основной массив сосредоточен на красной линии центральных улиц – Серышева, Ленина, Муравьева-Амурского, Карла Маркса и Ленинградской, зачастую, отличительной особенностью данного сегмента является перевод из жилого фонда в нежилой.

Что касается функциональных помещений Торгового назначения, расположенных в административных зданиях, наибольшая их плотность зафиксирована по улице Муравьева-Амурского в строениях историко-культурного наследия. Также следует отметить, что здесь встречаются Торговые площади, расположенные не только на первых этажах и оборудованные отдельным входом, но и помещения на средних этажах.

Отдельно-стоящие здания представлены в большинстве сетевыми супермаркетами, а также небольшими по масштабу Торговыми точками. В данном сегменте встречаются объекты ритейлинговой недвижимости В класса.

В границах культурной, исторической и административной части города зафиксировано 8 Торговых центров различного масштаба и класса:

- Торговый дом «Лотос» (ул. Муравьева-Амурского, 7);
- Торговый центр «ЦУМ» (ул. Муравьева-Амурского, 23);
- Торговый центр «Дом быта» (ул. Шеронова, 92);
- Торгово-развлекательный центр «Магазины Радости» (ул. Ким-Ю-Чена, 44);
- Торговый центр «Дом одежды» (ул. Карла Маркса, 59);
- Торговый центр «НК Плаза» (ул. Карла Маркса, 76а);
- Торговый центр «НК Сити» (ул. Карла Маркса, 76);
- Торгово-развлекательный центр «Энергоплаза» (ул. Ленина, 85).

В основном представленные Торговые центры относятся к высоким А и В классу, однако встречается и Торговая недвижимость класса С.

В заключении хотелось бы отметить, что отсутствие единых стандартов классификации значительно затрудняет дифференциацию объектов недвижимого имущества и определение структуры для целей анализа рынка.

Ссылки на источники

1. Стерник Г.М. ТИПОЛОГИЯ ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://realtymarket.ru> [Дата обращения 22.05.2015]
2. Классификация Торговых центров, разработанная Urban Land Institute, США - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.invest-odessa.com> [Дата обращения 22.05.2015]
3. Классификация International Council of Shopping Centres (ICSC, Международного совета Торговых центров) - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.paulsyard.ru> [Дата обращения 22.05.2015]
4. Классификация Торговых центров, разработанная РСТЦ - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.rcsc.info> [Дата обращения 22.05.2015]
5. Волынцева В. А. О краткой классификации недвижимости - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.ocenchik.ru> [Дата обращения 22.05.2015]

Kirill Selivanov

Description of retail real estate within the boundaries of "red square" Khabarovsk city

Abstract. This article discusses the classification of commercial real estate, performed an analytical review of the retail real estate within the boundaries of the most investment-attractive area of the city of Khabarovsk.

Keywords: commercial real estate, the classification of commercial real estate, analysis.